

REGULAMIN KONKURSU

„Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Lubelskiego 2025”

- etap regionalny konkursu -

„Najlepszy Produkt Turystyczny - CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej”

(XXII edycja)

SPIS TREŚCI:

- § 1. Informacje ogólne
- § 2. Idea Konkursu
- § 3. Zakres Konkursu
- § 4. Przebieg Konkursu
- § 5. Kapituła Konkursu
- § 6. Warunki zgłoszenia
- § 7. Terminy
- § 8. Nagrody
- § 9. Inne postanowienia
- §10. Informacje organizacyjne

§ 1

INFORMACJE OGÓLNE

1. Głównym organizatorem Konkursu „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Lubelskiego 2025” jest Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną.
2. Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna, zwana dalej LROT, jest administratorem Konkursu oraz wyłącznym właścicielem praw do logo i nazwy Konkursu.
3. Prawo zgłaszania kandydatur do Konkursu przysługuje wyłącznie właścicielom i zarządcom produktów turystycznych tj. LROT, Lokalnym Organizacjom Turystycznym, samorządom terytorialnym i gospodarczym, instytucjom, twórcom produktów turystycznych, stowarzyszeniom, fundacjom turystycznym, przedsiębiorcom prywatnym, a także organizatorom turystyki.
4. Partnerami Konkursu mogą być media ogólnopolskie, regionalne i lokalne oraz przedsiębiorstwa turystyczne posiadające ofertę przyjazdową do województwa lubelskiego.
5. Partnerzy zobowiązują się do jak najszerszej dystrybucji informacji i promocji Konkursu oraz laureatów, jako elementu wspólnych działań prowadzonych w ramach bieżącej współpracy.
6. LROT dba o właściwą organizację i wysoki poziom merytoryczny Konkursu.

§ 2

IDEA KONKURSU

1. Konkurs ma na celu wyłonienie najbardziej atrakcyjnych, nowatorskich i przyjaznych dla turystów produktów turystycznych w województwie lubelskim oraz ich promocję, a także wspieranie inicjatyw lokalnych, których efektem jest tworzenie nowych polskich produktów turystycznych.
2. Wyłonionym w Konkursie produktem turystycznym zostaną przyznane nagrody w roku 2025.:
 - 3 nagrody
 - do 5-ciu wyróżnień



Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna
ul. Krakowskie Przedmieście 6, 20-002 Lublin
tel. +48 81 532 14 48, e-mail: info@lrot.pl, www.lrot.pl



- nagroda Internautów
- Turystyczne Odkrycie Roku

§ 3

ZAKRES KONKURSU

1. W ramach Konkursu przyjmowane są zgłoszenia dotyczące produktu turystycznego, z podziałem na kategorie wynikające z przyjętej przez Organizatora definicji¹ pojęcia „**produktu turystycznego**”:
 - 1) Produkt turystyczny – **Wydarzenie cykliczne** – charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni.
 - 2) Produkt turystyczny – **Pakiet usług turystycznych – Impreza turystyczna** – składa się z kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy) oferowanych przez organizatorów turystyki.
 - 3) Produkt turystyczny – **Obiekt** – charakteryzuje się występowaniem jednej głównej atrakcji (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących skupionych w jednym miejscu (obiekcie) mających z punktu widzenia kartograficznego charakter punktowy.
 - 4) Produkt turystyczny – **Szlak** – składa się z wielu miejsc lub obiektów związanych z pewną nadrzędną ideą, połączonych ze sobą wytyczoną, zwykle oznakowaną trasą.
 - 5) Produkt turystyczny – **Miejsce** – wewnętrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretną lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi.
2. Po sprawdzeniu zgodności zgłoszenia z przyjętą definicją produktu turystycznego Kapituła przeprowadza ocenę merytoryczną zgłoszeń, wyrażoną w punktacji, na podstawie poniższych kryteriów:

KRYTERIA OCENY	Ocena
Opis produktu <i>Opisz produkt turystyczny i udowodnij jego zgodność z jedną z poniższych definicji</i> Produkt turystyczny jest tym wszystkim, co turyści kupują oddzielnie (np. transport lub zakwaterowanie) lub w formie pakietu usług, a także kompozycja tego, co turyści robią oraz walorów, urządzeń i usług, z których w tym celu korzystają. Z perspektywy turysty to całość przeżytego doświadczenia od chwili opuszczenia domu do chwili powrotu. <i>Produkt turystyczny - kategoria „szlak”</i> <i>Składa się z szeregu „miejsc” lub „obiektów” związanych z pewną nadrzędną ideą, połączonych ze sobą wytyczoną, zwykle oznakowaną trasą (pieszą, wodną, samochodową etc.) oraz z różnorodnej infrastruktury turystycznej zlokalizowanej wzdłuż szlaku. Przykładami tego typu produktów są szlaki: Orlich Gniazd, Piastowski, Europejski Szlak Cysterski, Europejska Sieć Dróg Rowerowych EUROVELO.</i> <i>Produkt turystyczny - kategoria „miejsce” (region, powiat, miejscowość) jest szczególnym, zdefiniowanym geograficznie rodzajem produktu turystycznego. Jest to wewnętrznie złożony zbiór elementów wyróżnionych ze względu na swoją konkretną lokalizację w przestrzeni, charakteryzującą się walorami turystycznymi.</i> <i>W sprzedaży takiego produktu oferowane są nie tylko walory przyrodnicze i antropogeniczne, ale także usługi świadczone przez różne podmioty gospodarcze w oparciu o istniejące zagospodarowanie turystyczne i</i>	0-5

¹ Jacek Kaczmarek, Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk, *Produkt turystyczny – Pomysł – Organizacja - Zarządzanie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2010.

paraturystyczne, dziedzictwo historyczne i kulturowe, gościnność i przychylność mieszkańców, a nawet wizerunek obszaru czy ogół zdarzeń, które dopiero zajdą podczas pobytu turysty.	
Produkt turystyczny kategoria „ impreza ” – to zestaw kilku usług lub usług i dóbr materialnych (rzeczy), oferowanych przez organizatora turystycznego turoperatorów lub agentów najczęściej w postaci pakietu turystycznego. Przykładami tego typu produktów mogą być: wycieczki, wczasy, rajdy itp.	
Produkt turystyczny - kategoria „wydarzenie cykliczne” charakteryzuje się dużą spójnością tematyczną, organizacyjną oraz konkretnym umiejscowieniem w czasie i przestrzeni. Typowa dla tego produktu jest niecodziennność, wyjątkowość, a także cykliczność, np. pokazy, prezentacje, wystawy, festiwale filmowe, muzyczne, imprezy sportowe. Produkt turystyczny wydarzenie może egzystować samodzielnie, może też być częścią składową produktu turystycznego impreza lub produktu turystycznego miejsce. Jako przykład można wymienić: Dymarki Świętokrzyskie, Jarmark Dominikański w Gdańsku, Festiwal Wikingów w Wolinie.	
Produkt turystyczny - kategoria „obiekt” charakteryzuje się występowaniem jednej wiodącej atrakcji (usługi) i dodatkowo kilku usług towarzyszących skupionych w jednym miejscu (obiekcie) mającym z punktu widzenia kartograficznego charakter punktowy (muzeum, zabytek, hala widowiskowo-sportowa, centrum konferencyjne, hotel, jaskinia, pomnik przyrody). Przykładami tego typu produktów mogą być: kompleks hotelowo-rekreacyjno-leczniczo-rehabilitacyjny, zamek, jaskinia itp.	
Ocena materiałów promocyjnych załączonych do niniejszej aplikacji (jakość filmów, zdjęć i innych materiałów) Ocenie podlegają wyłącznie zdjęcia, a nie wizualizacje graficzne danego miejsca (prosimy o przesyłanie wyłącznie zdjęć wiarygodnych). Mile widziane załączenie materiałów promocyjnych np. certyfikatów, ulotek, broszur i innych w postaci PDF. Prosimy o przesłanie materiałów, do których posiadacie Państwo prawa autorskie. Niedozwolone są materiały wygenerowane przez AI,	0 – 10
Perspektywy dalszego rozwoju (jakie działania są planowane, by produkt nadal się rozwijał) - plan działań, strategia rozwoju, członkostwo w sieciach, stowarzyszeniach, klastrach.	0-10
Opis atrakcyjności produktu turystycznego z punktu widzenia turystów (m.in.. główne atrakcje, USP - unique selling proposition, jakie unikalne cechy motywują turystów do skorzystania z oferty produktu? Jakie walory krajoznawcze, cechy klimatu, obiekty dziedzictwa, zagospodarowania przestrzennego przyciągają turystów na dany teren i obszar? Opis segmentacji rynku docelowego).	0-10
Podjęte działania na rzecz komercjalizacji produktu turystycznego Działania związane z wprowadzeniem produktu turystycznego na rynek, m.in. pakietowanie usług i ofert, korzystanie z różnych kanałów dystrybucji, wspólna strategia marketingowa, liczba oraz nazwy biur podróży, portali sprzedażowych mających w swojej ofercie ten produkt, etc. Opcjonalnie można posłużyć się danymi finansowymi lub statystycznymi z ostatnich 2 lat (liczba turystów, przychody, zysk netto).	0-10
Zastosowane innowacje w rozwoju produktu oraz wykorzystanie nowych technologii w rozwoju produktu i jego promocji Jakie nowatorskie i innowacyjne rozwiązania zastosowano w zakresie: samej oferty (np. oferowanie usług / produktów dotychczas na rynku nieznanymi, zupełnie nowych), zarządzania (np. funkcjonowanie w ramach innowacyjnej formuły partnerstwa z innymi podmiotami), marketingu (stosowanie nowatorskich metod promocji, badań, komunikacji z rynkiem, etc).	0-10

Zmniejszanie negatywnego wpływu na środowisko Czy podmiot podejmuje działania na rzecz zmniejszenia negatywnego wpływu na środowisko naturalne, np. działania na rzecz zmniejszenia zużycia energii i wykorzystania energii z odnawialnych źródeł; działania na rzecz zmniejszenia zużycia wody; efektywna gospodarka odpadami i wdrażanie zasad gospodarki obiegu zamkniętego; działania na rzecz klimatu; wspieranie ochrony przyrody i dobrostanu zwierząt; edukacja ekologiczna, etc..	0-10
Wspieranie lokalnej kultury i tradycji Czy podmiot podejmuje działania na rzecz ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego, np. poprzez: wykorzystanie elementów kultury w dizajnie; promowanie lokalnych zwyczajów i tradycji; promowanie lokalnej kuchni; współpraca z instytucjami kultury; kodeksy postępowania dla turystów na terenach wrażliwych historycznie lub kulturowo (np. jak się zachować w kościele, w miejscach pamięci)? Czy prowadzone są działania mające na celu zachowanie i promocję dziedzictwa kulturowego oraz lokalnych tradycji, a jeśli tak, to jakie?	0-10
Działania na rzecz społeczności lokalnej Czy podejmowane są działania na rzecz wspierania społeczności lokalnej, np. poprzez: tworzenie dobrych warunków zatrudnienia; lokalne zatrudnienie; zakup produktów lokalnych; wspieranie lokalnych przedsiębiorców; wspieranie lokalnych inicjatyw lub organizacji pozarządowych; kampanie promujące mniej popularne trasy/ atrakcje i podróżowanie poza sezonem; zachęcanie odwiedzających do wspierania lokalnej społeczności. Czy i w jaki sposób wspiera się lub angażuje społeczność lokalną/mieszkańców do rozwoju i promocji produktu turystycznego?	0-10
Opis podjętych działań promocyjnych Opis zrealizowanych projektów promocyjnych w ostatnich dwóch latach. Przez projekt promocyjny rozumie się min. 2 lub 3 działania w ramach jednej koncepcji z wykorzystaniem różnych form promocji. Przez formę promocji rozumie się m.in. następujące narzędzia - reklama w TV, reklama w prasie, reklama w radiu, reklama w Internecie, wydawnictwa promocyjne, udział w targach, outdoor, eventy, działania PR, Influencer Marketing inne oryginalne formy promocji.	0-5
Dostępność dla osób z niepełnosprawnościami Opis udogodnień dla osób z niepełnosprawnościami. <i>Udogodnienia dla osób niepełnosprawnych ruchowo (dostosowanie infrastruktury, ciągi komunikacyjne podjazdy dla wózków, winda, parking, pokoje, toalety).</i> <i>Udogodnienia dla osób niesłyszących (pętle indukcyjne, współpraca z przewodnikami turystycznymi, którzy posługują się językiem migowym).</i> <i>Udogodnienia dla osób niewidzących (audio przewodnik po zabytkach z wykorzystaniem audiodeskcpcji.i, prowadnice w podłodze, wydawnictwa w alfabecie Braille'a lub w druku powiększonym, możliwość zwiedzania z psem przewodnikiem).</i>	0-10
SUMA	100
Dodatkowe kryteria dla kandydata do Złotego Certyfikatu	
Rozwój produktu od czasu otrzymania Certyfikatu POT. Rozszerzenie oferty o nowe usługi. Nowy zakres działalności Rozwinięcie działalności produktu (liczba współpracujących touroperatorów, kanałów dystrybucji, liczba imprez / targów / przedsięwzięć promocyjnych, w których uczestnik konkursu brał udział, liczba sprzedanych biletów / uczestników / ofert / uczestników).	0-30

Certyfikat rozwoju zrównoważonego <i>Czy podmiot posiada jeden z międzynarodowo uznawanych certyfikatów ekologicznych lub rozwoju zrównoważonego, np. EU Ecolabel, ISO 140001, Green Globe, Green Key, Travelife, Good Travel Seal, Green Sign, Biosphere, Earth Check, Green Destinations, TourCert.</i> <i>Należy załączyć link do strony z info o certyfikacie lub załączyć certyfikat w formularzu w pliku PDF.</i> 3 pkt za każdy certyfikat max. liczba punktów do zdobycia 15	0-15
Opublikowana polityka rozwoju zrównoważonego <i>Czy podmiot posiada na swojej stronie opublikowaną politykę rozwoju zrównoważonego, która opisuje działania w zakresie zarządzania środowiskowego, działania na rzecz tworzenia dobrych warunków zatrudnienia i wspierania społeczności lokalnych; działania z zakresu ochrony i promocji kultury lokalnej?</i> <i>Należy załączyć link do strony z polityką lub załączyć politykę w pliku PDF.</i> 0 – brak dokumentu 5 – podmiot posiada politykę rozwoju zrównoważonego	0 lub 5
ŁĄCZNA PUNKTACJA	150

§ 4

PRZEBIEG KONKURSU

- Konkurs zostanie ogłoszony na stronach internetowych LROT: www.lrot.pl, www.lublintravel.pl, www.lubelskietravel.pl.
- Zawiadomienia o ogłoszeniu Konkursu zostaną dodatkowo rozesłane drogą elektroniczną.
- Konkurs składa się z następujących etapów:
 - LROT ogłasza rozpoczęcie Konkursu za pośrednictwem mediów regionalnych i lokalnych, własnych stron internetowych oraz za pomocą innych środków przekazu i jednocześnie informuje, jakie formalności należy spełnić, aby zgłosić produkt turystyczny na tym etapie Konkursu,
 - LROT prowadzi akcję informacyjną i przyjmuje zgłoszenia od uczestników Konkursu za pośrednictwem aplikacji konkursowej dostępnej na stronie www.konkurs.pot.gov.pl,
 - Kapituła powołana przez zarząd LROT dokonuje oceny otrzymanych zgłoszeń i wskazuje 3 produkty z całego regionu do udziału w ogólnopolskim konkursie na „Najlepszy Produkt Turystyczny - CERTYFIKAT POT”, prowadzonego przez Polską Organizację Turystyczną, w tym jeden z nich do rankingu internetowego,
 - LROT przeprowadzi Głosowanie Internautów na „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Lubelskiego 2025”, który odbędzie się na odrębnych zasadach,
 - LROT może zgłosić do udziału w ogólnopolskim etapie konkursu 1 produkt turystyczny w kategorii Turystyczne Odkrycie Roku, przyznawany produktowi, który posiada niezwykły potencjał, jest mało znany i istnieje na rynku nie dłużej niż dwa lata (licząc od daty udostępnienia produktu turystom). Twórcy takiego produktu powinni wykazać się oryginalnością i kreatywnością,
 - Do etapu ogólnopolskiego, LROT wybiera i przesyła zgłoszenie jednego kandydata do miana Złotego Certyfikatu POT. Wybór jest dokonywany spośród dotychczasowych laureatów Certyfikatu POT według następujących zasad:
 - Złoty Certyfikat POT będzie mógł uzyskać tylko ten produkt turystyczny, który otrzymał w latach ubiegłych Certyfikat POT i następnie twórczo rozwinął swoją działalność,
 - Złoty Certyfikat POT może być przyznany produktowi nie wcześniej niż po upływie 3 lat

od daty otrzymania Certyfikatu POT.

§ 5

KAPITUŁA KONKURSU

1. Zgłoszone do Konkursu produkty turystyczne ocenia Kapituła, powołana przez Zarząd LROT.
2. W celu zapewnienia wysokiego poziomu i fachowości w podejściu do oceny zgłoszonych produktów turystycznych do udziału w pracach Kapituły zaproszeni zostaną eksperci w zakresie turystyki, budowy i promocji produktów turystycznych, komunikacji społecznej i marketingowej, przedstawiciele środowisk akademickich związanych z turystyką oraz przedstawiciele mediów publicznych.
3. Wyboru osób, do których skierowane zostaną zaproszenia do udziału w pracach Kapituły, dokonuje Zarząd LROT, który podejmuje również decyzję o liczbie członków Kapituły.
4. Tryb podejmowania uchwał:
Kapituła dokona indywidualnego przyznania punktów wszystkich zgłoszeń oraz ich podsumowania. Ranking zgłoszeń stworzony na podstawie zsumowanej punktacji nadanej przez wszystkich członków Kapituły dla poszczególnych zgłoszeń i stanowić będzie podstawę do dalszej oceny. W ocenie przyjmuje się zasadę większości punktów.
Po dokonaniu oceny punktowej Kapituła w drodze głosowania dokona oceny zgłoszeń z najwyższą ilością punktów i przyzna maksymalnie pięć wyróżnień oraz wybierze trzech laureatów etapu regionalnego, którzy zostaną zgłoszeni do etapu ogólnopolskiego,
 - W przypadku równej liczby punktów lub oddanych głosów o rozstrzygnięciu zadecyduje Przewodniczący Kapituły Konkursu,
 - Kapituła może wybrać jeden produkt do Złotego Certyfikatu POT. Kapituła dokona oceny na podstawie ww. kryteriów, w formie indywidualnej oceny punktowej, a następnie w drodze głosowania, po uprzedniej prezentacji propozycji do Złotego Certyfikatu POT,
 - Kapituła ma prawo w drodze głosowania, odstąpić od wybrania kandydata do Złotego Certyfikatu POT, na wniosek Członka Kapituły,
 - Kapituła może wybrać, w drodze głosowania, jeden produkt do Turystycznego Odkrycia Roku. Kapituła dokona oceny na podstawie ww. kryteriów, w formie indywidualnej oceny punktowej.
5. W przypadku stwierdzenia przez przedstawicieli Kapituły rażąco niskiego poziomu zgłoszonego produktu lub nienależycie przygotowanych materiałów zgłoszeniowych (stwierdza LROT), Kapituła przysługuje prawo odstąpienia od oceny punktowej produktu, co oznacza wyeliminowanie zgłoszenia z Konkursu. O odrzuceniu zgłoszenia z Konkursu decyduje większość głosów członków Kapituły.

§ 6

WARUNKI ZGŁOSZENIA

1. Podmioty biorące udział w etapie regionalnym, zgłaszają swoje kandydatury do LROT poprzez formularz zgłoszeniowy dostępny w aplikacji internetowej na www.konkurs.pot.gov.pl.
2. LROT zgłasza do etapu ogólnopolskiego konkursu na „Najlepszy Produkt Turystyczny - CERTYFIKAT Polskiej Organizacji Turystycznej” maksymalnie 3 wybrane produkty turystyczne do miana Certyfikatu (w tym jeden z nich do konkursu internetowego) oraz może zgłosić maksymalnie 1 produkt turystyczny do miana Złotego Certyfikatu oraz maksymalnie 1 produkt turystyczny do miana Turystycznego Odkrycia Roku.



3. Wypełniony formularz zgłoszeniowy należy przesłać drogą internetową za pomocą aplikacji wraz z wszelkimi załącznikami (materiałami promocyjnymi) zgodnie z poniższymi wymaganiami:
- Każda zgłoszona kandydatura powinna zawierać zdjęcia oraz inne materiały multimedialne poświadczające atrakcyjność produktu turystycznego. Formularz aplikacyjny należy wypełnić starannie, podając jak największą ilość informacji opisujących produkt turystyczny
 - Rozpatrywane będą kandydatury, które dotrą do LROT w wyznaczonym terminie.
 - LROT dokonuje oceny merytorycznej zgłoszeń (czy spełniają kryteria określone w regulaminie) i na tej podstawie dokonuje ich zakwalifikowania do konkursu. Wszystkie zakwalifikowane zgłoszenia LROT przekazuje Kapituła Konkursu.
 - Regulamin znajduje się na stronach internetowych www.lrot.pl.

Dodatkowych informacji udziela Weronika Kwiecień – Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna, tel: 81 532 14 48, e-mail: w.kwiecien@lrot.pl

§ 7

TERMINY

1. **Etap I – regionalny:**

Termin rozpoczęcia etapu regionalnego – **18.06.2025**

Termin przyjmowania zgłoszeń przez LROT drogą on-line – **25.07.2025 godz. 23.59**

Termin rozstrzygnięcia etapu regionalnego - do **14.08.2025**

2. Terminy powyższe w uzasadnionych przypadkach mogą ulec zmianie.

§ 8

NAGRODY

1. Laureaci etapu regionalnego otrzymają nagrody:

- I miejsce – kampania promocyjna w mediach społecznościowych o wartości 5 000 PLN,
- II miejsce - kampania promocyjna w mediach społecznościowych o wartości 3 000 PLN,
- III miejsce - kampania promocyjna w mediach społecznościowych o wartości 2 000 PLN,
- Nagroda Internautów - kampania promocyjna w mediach społecznościowych o wartości 2 000 PLN oraz zostaną objęci działaniami promocyjnymi prowadzonymi przez LROT:
- informacje w wybranych mediach lokalnych,
- informacje na stronie internetowej www.lrot.pl, www.lubelskie.travel, [www.lublintravel](http://www.lublintravel.pl),
- reklamę w mediach społecznościowych LROT,
- prawo do posługiwania się tytułem „Najlepszy Produkt Turystyczny Województwa Lubelskiego 2025”.

2. Laureaci konkursu regionalnego otrzymają rekomendację LROT do kolejnego etapu konkursu, który przeprowadzi Polska Organizacja Turystyczna (maksymalnie 3 produkty).

3. Nagrodą główną w etapie ogólnopolskim Konkursu, ufundowaną przez POT dla produktu turystycznego, który został wyróżniony „Złotym Certyfikatem Polskiej Organizacji Turystycznej”, będzie zrealizowanie przez POT krajowej kampanii promocyjnej w roku 2026, o wartości nie mniejszej niż 250 000 PLN. Harmonogram działań przygotowawczych do kampanii zostanie



opracowany przez POT w terminie 3 miesięcy od daty przyznania Złotego Certyfikatu POT. Zasady, termin i sposób realizacji kampanii promocyjnej oraz jej zasięg określi POT w konsultacji z właściwym ROT i zarządcą (właścicielem) nagrodzonego produktu. Kampania realizowana będzie przez POT. Sposób przeprowadzania kampanii, w tym jej intensywność będą zależne od aktualnej sytuacji epidemicznej.

4. Wszystkie produkty turystyczne, którym przyznane zostały Certyfikaty POT (w tym Certyfikat Internautów i Turystyczne Odkrycie Roku) oraz laureat Złotego Certyfikatu Polskiej Organizacji Turystycznej zostaną włączone w wybrane działania promocyjne prowadzone przez POT przede wszystkim na rynku krajowym oraz rynkach objętych działaniami Zagranicznych Ośrodków Polskiej Organizacji Turystycznej na zasadach określonych przez POT do końca następnego roku kalendarzowego.

§ 9

INNE POSTANOWIENIA

1. Przesłane na Konkurs regionalny materiały i dokumentacja zostaną zabezpieczone przez LROT i nie będą zwracane.
2. Zgłaszający przejmuje od LROT wszelką odpowiedzialność z tytułu roszczeń osób trzecich, jakie mogą powstać w związku ze zgłoszeniem.
3. Wypełnienie zgłoszenia jest równoznaczne z przyjęciem zobowiązań i warunków wynikających z niniejszego regulaminu.
4. Organizator zastrzega, że nie ponosi odpowiedzialności za zdarzenia uniemożliwiające prawidłowe przeprowadzenie Konkursu, których nie był w stanie przewidzieć lub którym nie mógł zapobiec, w szczególności w przypadku zaistnienia zdarzeń losowych, w tym siły wyższej.
5. Organizator zastrzega sobie prawo zmiany niniejszego Regulaminu, przy zastosowaniu odpowiednich form informacji i zawiadomień uczestników Konkursu.
6. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za podanie przez uczestnika niewłaściwych lub nieprawdziwych danych uniemożliwiających lub opóźniających wręczenie przez Organizatora nagrody w związku z prowadzeniem Konkursu.
7. Konkurs nie podlega przepisom ustawy 19 listopada 2009 roku o grach hazardowych (t.j. Dz. U. z 2023 r., poz. 227).
8. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne roszczenia osób trzecich, w szczególności wynikające z naruszenia praw własności intelektualnej, w tym za nieprzestrzeganie przepisów ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2022 r., poz. 2509). W przypadku zgłoszenia jakichkolwiek roszczeń przez osoby trzecie, uczestnik Konkursu zobowiązuje się zwolnić Organizatora Konkursu z tego tytułu.
9. Organizator zastrzega sobie prawo do żądania od uczestników udzielania informacji lub wyjaśnień, przedłożenia oświadczeń, dokumentów lub innych materiałów (w tym na piśmie, także po zakończeniu Konkursu) mających znaczenie dla Konkursu - pod rygorem wykluczenia z Konkursu, nieprzyznania nagrody, nie wydania przyznanej nagrody lub utraty prawa do przyznanej nagrody.
10. Organizator zastrzega sobie prawo do wykluczenia uczestnika z Konkursu lub nie przyznania nagrody, nie wydania przyznanej nagrody lub stwierdzenia utraty prawa do przyznanej nagrody w przypadku, gdyby Uczestnik nie spełniał warunków Regulaminu, dokonał zgłoszenia pracy konkursowej niezgodnie z obowiązującym prawem lub Regulaminem, podał lub złożył w związku z Konkursem nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd informacje, dane, wyjaśnienia, oświadczenia, zgody,



dokumenty lub inne materiały. Prawo powyższe zastrzeżone jest także w przypadku, zgłoszenie nie będzie spełniać warunków Regulaminu lub będzie obarczone wadami prawnymi.

11. Poprzez dokonanie zgłoszenia produktów turystycznych do Konkursu, uczestnik udziela LROT niewyłącznej, nieodpłatnej i nieograniczonej czasowo i terytorialnie licencji na korzystanie przez LROT z utworów załączonych do produktu w szczególności zdjęć, filmów itp. Powyższa licencja obejmuje prawo do wykorzystania utworów w celach promocyjnych w ramach działalności statutowej LROT, w tym poprzez wprowadzenie utworów lub poszczególnych elementów do pamięci komputera i sieci wewnętrznych typu Intranet oraz Internet, jak również przesyłania utworu w ramach wyżej wymienionej sieci; upubliczniania utworów w formie elektronicznej; trwałe lub czasowe zwielokrotnienia jakimikolwiek środkami i w jakiejkolwiek formie; w zakresie utrwalania i zwielokrotniania utworów – wytwarzania określona techniką egzemplarzy oraz w zakresie obrotu egzemplarzami, na których zostały utrwalone; użyczenia lub najmu egzemplarzy; wykorzystanie utworów lub ich dowolnych części do prezentacji.
12. Decyzja Kapituły jest ostateczna.

§ 10

OCHRONA INFORMACJI

1. Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna stosuje zapisy Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (dalej ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych”).
2. Przetwarzanie danych osobowych wymaga podstawy prawnej. Ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych przewiduje kilka rodzajów takich podstaw prawnych dla przetwarzania danych, a w przypadkach udziału w konkursie, co do zasady jest to zgoda.
3. Uczestnik konkursu wyraża zgodę na przetwarzanie danych osobowych w celu rejestracji zgłoszenia udziału w konkursie, przeprowadzenia głosowania na produkt certyfikowany, opublikowania danych zwycięzców i upublicznienia wizerunku zwycięzcy na stronach internetowych administrowanych przez POT oraz LROT, przygotowania i realizacji działań promocyjnych dla zwycięzców oraz w celach sprawozdawczych.
4. Zgoda jest dobrowolna i może zostać cofnięta w dowolnym momencie przez wystanie wiadomości e-mail na adres naszego inspektora ochrony danych (do@lrot.pl). Jednakże brak zgody uniemożliwia rejestrację zgłoszenia i przeprowadzenie głosowania a z uwagi na charakter promocyjny nagród brak zgody powoduje, że LROT nie może wywiązać się ze zobowiązań określonych w § 8 Regulaminu.
5. Zgodnie z art. 13 ust. 1 i ust. 2 ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r. informujemy, iż:
 - administratorem danych osobowych uczestnika konkursu jest Lubelska Regionalna Organizacja Turystyczna z siedzibą w Lublinie, ul. Krakowskie Przedmieście 6;
 - administrator wyznaczył inspektora ochrony danych w Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, z którym można się kontaktować pod adresem do@lrot.pl;
 - dane osobowe przetwarzane będą w celu rejestracji zgłoszenia do konkursu i dalej jak w § 10 ust. 3 na podstawie wyrażonej przez uczestnika zgody (art. 6 ust 1 pkt a) ogólnego rozporządzenia o ochronie danych);
 - dane osobowe będą pozyskiwane od Partnerów i przekazywane Partnerom konkursu wymienionym w § 1 Regulaminu w celach jak w § 10 ust. 3. oraz wykonawcom kampanii



promocyjnych.

- dane osobowe nie będą przekazywane do państwa trzeciego/organizacji międzynarodowej;
- dane osobowe laureatów Konkursu będą przechowywane przez okres 5 lat lub do czasu cofnięcia zgody na przetwarzanie, z tym, że działania przetwarzania podjęte przed cofnięciem zgody pozostają w zgodzie z prawem, w tym w szczególności z ogólnym rozporządzeniem o ochronie danych osobowych; dane pozostałych uczestników Konkursu będą przechowywane do czasu rozstrzygnięcia edycji Konkursu;
- uczestnik konkursu ma prawo dostępu do treści swoich danych oraz prawo ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, prawo do przenoszenia danych, prawo wniesienia sprzeciwu, prawo do cofnięcia zgody w dowolnym momencie bez wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie zgody przed jej cofnięciem;
- uczestnik konkursu ma również prawo wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, gdy uzna, iż przetwarzanie jego danych osobowych narusza przepisy ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r.*

